

INFLUENCIA DE LOS ATRIBUTOS PERSONALES EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Silvana Astudillo^A, Katherine Coronel-Pangol^B, Juan Aguirre-Quezada^C



ARTICLE INFO	RESUMEN
Article history: Received: Jun, 28 th 2024 Accepted: Aug, 30 th 2024	Objetivo: El objetivo de este artículo es analizar las diferencias de los atributos personales hacia la creación de empresas que tienen los estudiantes de una universidad pública en el Ecuador, la Universidad de Cuenca, con una perspectiva de género y su influencia en la intención de emprender.
Palabras clave: Atributos Personales; Género; Intención Emprendedora; Universidad.	Método: Se aplicó una prueba no paramétrica a una muestra de 1.100 estudiantes para determinar las diferencias entre estudiantes hombres y estudiantes mujeres, además se realizó una regresión logística binaria para establecer si el género influye en la intención emprendedora, así como los atributos personales, las redes de apoyo y la experiencia previa.
	Resultados: Los resultados revelan que existen diferencias por el género en los atributos personales para emprender. Por otro lado, el género y la experiencia laboral no tienen influencia en la intencionalidad de emprender y las redes de apoyo si tienen influencia.
	Conclusiones: Al ser algunos atributos personales influyentes hacia la creación de empresas, se sugiere fortalecer las habilidades blandas en las mallas curriculares de la institución de educación superior que permita crear una actitud hacia la creación de empresas, así como fortalecer las redes de apoyo de los estudiantes.
	Doi: https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i10.4933

INFLUENCE OF PERSONAL ATTRIBUTES ON ENTREPRENEURIAL INTENTION IN UNIVERSITY STUDENTS FROM A GENDER PERSPECTIVE

ABSTRACT

Objective: The objective of this paper is to analyze the differences in personal attributes towards business creation that students from a public university in Ecuador, the University of Cuenca, have with a gender perspective and their influence on the intention to start a business.

Method: A non-parametric test was applied to a sample of 1,100 students to determine the differences between male students and female students. A binary logistic regression was also carried out to establish whether gender influences entrepreneurial intention, as well as personal attributes, networks of support and previous experience.

Results: The results reveal that there are differences by gender in the personal attributes for entrepreneurship. On the other hand, gender and work experience have no influence on the intention to start a business and support networks do have an influence.

Conclusions: As some personal attributes are influential towards business creation, it is suggested that soft skills be strengthened in the curricula of the higher education institution to create an attitude towards business creation, as well as strengthen student support networks.

Keywords: Personal Attributes, Gender, Entrepreneurial Intention, University.

^A Doctora en Ciencias de la Administración. Universidad de Cuenca. Ecuador.

Correo electrónico: silvana.astudillo@ucuenca.edu.ec Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3431-2809>

^B Doctora en Ciencias Sociales, Jurídicas y Empresariales. Universidad de Cuenca. Ecuador.

Correo electrónico: katherine.coronelp95@ucuenca.edu.ec Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4370-756X>

^C Doctor en Ciencias Jurídicas y Económicas. Universidad de Cuenca. Ecuador.

Correo electrónico: juan.aguirreq@ucuenca.edu.ec Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8953-8151>

INFLUÊNCIA DOS ATRIBUTOS PESSOAIS NA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS NA PERSPECTIVA DE GÊNERO

RESUMO

Objetivo: O objetivo deste artigo é analisar as diferenças nos atributos pessoais para a criação de negócios que os estudantes de uma universidade pública do Equador, a Universidade de Cuenca, têm com uma perspectiva de gênero e sua influência na intenção de iniciar um negócio.

Método: Foi aplicado um teste não paramétrico a uma amostra de 1.100 estudantes para determinar as diferenças entre estudantes do sexo masculino e estudantes do sexo feminino. Também foi realizada uma regressão logística binária para estabelecer se o gênero influencia a intenção empreendedora, bem como os atributos pessoais e as redes de apoio, e experiência anterior.

Resultados: Os resultados revelam que existem diferenças de gênero nos atributos pessoais para o empreendedorismo. Por outro lado, o gênero e a experiência profissional não influenciam a intenção de iniciar um negócio e as redes de apoio têm influência.

Conclusões: Dado que alguns atributos pessoais influenciam a criação de empresas, sugere-se reforçar competências transversais nos currículos da instituição de ensino superior que permitam criar uma atitude face à criação de empresas, bem como reforçar as redes de apoio aos estudantes.

Palavras-chave: Atributos Pessoais, Gênero, Intenção Empreendedora, Universidade.

1 INTRODUCCIÓN

Los factores que intervienen para que las personas se conviertan en emprendedores han sido uno de los puntos focales en la investigación sobre emprendimiento (Karakuş Uysal et al., 2022). Aspectos sociodemográficos como la edad, el género, entre otros, así como los factores psicológicos, que ponen de manifiesto los rasgos de la personalidad, influyen en la intención de emprender en estudiantes hombres y mujeres (Garavito Hernández et al., 2021).

Algunas investigaciones han analizado las características personales de los estudiantes universitarios y su influencia con la intención emprendedora (Garavito Hernández et al., 2023) y en algunos estudios se incluye la perspectiva de género (Garavito Hernández et al., 2021; Datta et al., 2022, Alvarado Carrillo et al., 2022). Distintos autores consideran que el fortalecimiento de las habilidades y las competencias de las universitarias en temas de emprendimiento es crucial para que se empoderen en el ámbito laboral y económico al materializar sus ideas de negocios (Garavito-Hernández, et al., 2020).

Estudios previos sugieren que, si los estudiantes universitarios hombres y mujeres tienen confianza en sus capacidades empresariales tendrán la misma probabilidad de iniciar un emprendimiento (Brush et al., 2017) y otros trabajos manifiestan que las mujeres emprendedoras tienen más posibilidad de emprender que los hombres (Alvarado Carrillo et al., 2022).

En el Ecuador, son escasas las investigaciones que analizan la intención de emprender con la perspectiva de género en estudiantes universitarios (Jordán Aguirre, 2016). Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar si existe diferencias en los atributos personales

hacia la creación de empresas entre los estudiantes hombres y las estudiantes mujeres en una muestra de estudiantes en una universidad pública del Ecuador, la Universidad de Cuenca, así también, determinar si el género, los atributos personales, las redes de apoyo y la experiencia laboral influyen en la intención de crear una empresa.

El presente artículo en su primera parte presenta la revisión de la literatura empírica, luego se indica la metodología de trabajo, como tercer apartado se muestran los resultados, finalmente se incluyen la discusión y conclusiones.

2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

Algunas investigaciones demuestran lo heterogéneo de los resultados de las investigaciones en cuanto se refiere a la medición de la intención emprendedora entre hombres y mujeres (Garavito Hernández et al., 2021). Por ejemplo, las mujeres muestran mayores niveles de intención emprendedora que los hombres en el caso de una universidad tecnológica (Alvarado Carrillo et al., 2022). Otros autores como Lechuga Nevárez et al. (2022) afirman que no existe diferencias significativas en los emprendimientos generados por hombres y mujeres. Por el contrario, un estudio señala que las mujeres universitarias tienen menor propensión a crear empresas que los varones (Sánchez Cañizares et al., 2013).

Así, la decisión de iniciar un emprendimiento se ve influenciada por atributos personales (Raposo et al., 2008) y son distintos los atributos asociados a una mayor probabilidad de emprender asociados a los hombres y a las mujeres (Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2010). No obstante, en otros estudios las características personales no influyen en la intención emprendedora (Garavito Hernández et al., 2023) y en otros trabajos de investigación, las actitudes personales de los estudiantes hacia la creación ejercen influencia positiva en la intención empresarial (Sánchez-Martínez et al., 2023).

McLelland (1961) define estos atributos y habilidades, y menciona algunas características del emprendedor: asume riesgos, es enérgico, novedoso, responsable, se anticipa a decisiones futuras, posee habilidades organizativas, tiene interés por las ocupaciones empresariales en función de su prestigio y riesgo, posee el logro de afiliación, el optimismo, la moralidad en el mercado, y la voluntad de trabajar con las propias manos y coloca al dinero como medida de sus resultados.

En cuanto a las diferencias de las características personales asociados al género, se evidencia que el apoyo universitario puede tener efectos diferentes en los hombres y en las

mujeres en la intención de emprender, especialmente considerando su efecto en la autoestima de los estudiantes, que es más fuerte entre las mujeres (Pelegriini & Moraes, 2022).

Los hombres tienen una mayor disposición a iniciar un negocio que las mujeres, más susceptibles a factores como el control sobre el comportamiento y las actitudes actuales, el apoyo personal y social, mientras que las mujeres tienen más influencia en factores relacionados con el control y las actitudes personales hacia el emprendimiento (Gallegos et al., 2024).

Varios autores asocian a la creatividad y proactividad al emprendedor, su propensión a la innovación y su preferencia a la asunción de riesgos con la intención de crear una empresa (García Cabrera et al., 2015). Adicionalmente, un factor importante para emprender es la autoconfianza en uno mismo (Raposo et al., 2008; Sastre, 2013, Ventura Fernández; Quero Gervilla, 2013; Gómez Araujo et al., 2015; Maczulskij & Viinikainen, 2023). Aunque, Gelaidan y Abdullateef (2017) sostienen que no tiene influencia la autoconfianza en la intencionalidad de emprender.

Otras investigaciones señalan que el tipo de personalidad es relevante y caracterizan a las estudiantes mujeres por tener una baja extroversión, en contraste con el perfil de los estudiantes varones que mostraban una alta extroversión (Laouiti et al., 2022). A su vez, los estudiantes con apertura muestran curiosidad, imaginación y tener un pensamiento innovador y abierto sobre emprendimiento (Li et al., 2022).

Es importante destacar que un factor que influye en las decisiones empresariales es el optimismo (Raposo et al., 2008; Lindblom et al., 2020) y otro aspecto que mejora la actitud hacia el emprendimiento es la autodisciplina (Boubker, 2024). También, se califican a los estudiantes hombres con puntuaciones superiores a las mujeres en atributos personales como la iniciativa, la creatividad, la autoconfianza y el optimismo (Sánchez Cañizares et al., 2013). Con respecto a la autonomía, existe una relación fuerte de este atributo con la intención emprendedora (Al-Mamary & Alshallaqi, 2022). Con respecto, al entusiasmo, los estudiantes que estudian emprendimiento muestran un alto nivel de entusiasmo al iniciar un emprendimiento (Rizal et al., 2022).

Asimismo, en otro estudio al analizar las intenciones empresariales por género, se encontró que los estudiantes hombres mostraron más entusiasmo empresarial y tenían más confianza en sus habilidades empresariales que las estudiantes mujeres (da Costa et al., 2023).

Con referencia al género, algunos autores señalan que el sexo influye en la intención de emprender (Díaz Casero et al., 2007; Feliz, 2017). En estudios comparativos de dos muestras universitarias, se evidencia que en una muestra universitaria influye el sexo y en la otra no influye el sexo en la intencionalidad empresarial (Veciana & Urbano, 2004; Astudillo et al.,

2021). Otros autores, manifiestan que el género no influye en la intención de creación de empresas (Mustafa, et al., 2016; Tarapuez, et al., 2018), por lo tanto, algunos autores concluyen que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en su intención de emprender (Montes et al, 2023).

Por otro lado, es importante analizar las variables del contexto que potencian las características personales del estudiante universitario como las redes de apoyo: pertenecer a asociaciones, grupos, redes, entre otros, así como la experiencia previa laboral.

Investigaciones señalan que las redes de apoyo influyen de manera significativa en la intención emprendedora (Garavito Hernández et al., 2023), propician el trabajo colaborativo y la socialización en red (Vásquez, 2017), y si los miembros de las redes apoyan el inicio de nuevas empresas las mujeres tendrán una actitud favorable hacia el espíritu empresarial (Bouarir et al., 2023).

La participación de los estudiantes en grupos de líderes y en grupos deportivos y culturales tienen una influencia positiva en la intención de emprender, como una posibilidad de desarrollar autonomía y un comportamiento orientado al logro de objetivos (Sarmiento Suárez et al., 2022).

Además, la experiencia laboral previa se relaciona directamente con la intención emprendedora (Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2020). De igual forma, existe una intención a emprender por parte de las mujeres en áreas de STEM; sin embargo, los años de experiencia y la situación laboral no tienen influencia en su intencionalidad de emprender (Sharma, 2020).

En este contexto, una consideración importante a la hora de estudiar el emprendimiento es la comprensión de ciertos factores psicológicos, rasgos de la personalidad y características individuales, que motivan a los emprendedores a formar iniciativas emprendedoras (Leutner et al., 2014). Por lo que, la Tabla 1 enumera estudios que definen a los atributos personales de los emprendedores.

Tabla 1

Enfoque teórico de los atributos personales

Rasgo / Atributo Personal	Enfoque teórico/Autores
A1. Adaptabilidad a cambios	Personas que manejan y dirigen sus propias ideas, comportamientos y sentimientos, modificándolos según las demandas del entorno (Martin et al., 2013).
A2. Autoconfianza en capacidades personales y profesionales	Deseo de emprender más fuerte, poseen el convencimiento íntimo de que son capaces de emprender (autoconfianza) (Araya-Pizarro, 2021)
A3. Autodisciplina en el trabajo	Capacidad de los individuos para controlar sus acciones; las personas con un alto grado de autodisciplina son capaces de

	manejar de una mejor manera el conflicto entre realizar acciones momentáneas estimuladas por el impulso que proporcionan recompensas pequeñas a corto plazo u obtener mayores ganancias pero que requieren de un mayor esfuerzo y persistencia (Duckworth & Gross, 2014).
A4. Importancia de la autonomía en el trabajo	Capacidad de las personas para tomar decisiones basadas en su propio juicio y voluntad, influenciada por factores internos como la racionalidad y externos como la independencia de influencias ajenas (Álvarez, 2015).
A5. Prever y anticipar a los hechos	Demuestra capacidad para anticiparse a nuevas tendencias y prever posibles hechos relacionados con su actividad (Vásquez, 2017)
A6. Facilidad para comunicación con otras personas	Habilidad para expresarse verbalmente de manera adecuada y mantener un comportamiento asertivo que motiva a las personas a alcanzar sus metas de manera socialmente aceptable (Estrada et al. 2020).
A7. Creatividad para resolver problemas	Habilidades creativas, destrezas y capacidades que el individuo percibe en sí mismo para solucionar problemas (Laguía et al., 2019).
A8. Curiosidad por conocer temas nuevos	Disposición a identificar y explorar nueva información y experiencias, lo cual incluye un interés innato por aprender y ampliar el propio conocimiento (Kashdan et al., 2013).
A9. Dedicación de tiempo necesario hacer bien un trabajo o sacar adelante un proyecto	Tiempo necesario para realizar un trabajo de manera adecuada o para sacar adelante un proyecto, e influye directamente en la calidad y el éxito de sus proyectos (Bolton & Thompson, 2004).
A10. Optimismo para enfrentarse a dificultades	El optimismo es una expectativa hacia resultados futuros, y se relaciona con la motivación (Carver & Scheier, 2014).
A11. Emocionalmente estable	Capacidad de mantener un equilibrio emocional ante situaciones de estrés, incertidumbre o fracaso en el contexto empresarial (Baron, 2008).
A12. Persona perseverante	La determinación de experiencias frecuentes que reflejan su confianza y entusiasmo por la novedad (Pérez et al., 2019).
A13. Entusiasta para empezar proyectos	Capacidad de ser optimistas y que se no rinden ante los contratiempos (Lindblom et al., 2020).
A14. Tolerancia a los fracasos	Serie de eventos futuros que se debe enfrentar y a los que resulta imposible asignar una probabilidad (Rocha y Giraldo, 2015).
A15. Iniciativa a situaciones complejas	Capacidad de tomar decisiones y acciones proactivas en entornos desafiantes o poco claros (Gielnik et al., 2012).
A16. Imaginación de proyectos	Provocar nuevas ideas y formas de trabajo, originalidad, imaginación, curiosidad y libertad (Céspedes Gil et al., 2021)
A17. Independencia	independencia económica y la creación de empleo derivada del emprendimiento, se perciben como consecuencias del proceso de emprendimiento, orientadas hacia el crecimiento económico, social, y de calidad de vida (Céspedes Gallegos et al., 2020).
A18. Nuevos retos	Capacidad a afrontar nuevos retos, la capacidad de identificar las oportunidades de mercado para nuevos productos o servicios, pasando de la tendencia tradicional de oficios similares, a la tendencia con innovación que reconoce oportunidades derivadas de procesos de investigación (Céspedes Gallegos et al., 2020)
A19. Responsabilidad	Compromiso real y la responsabilidad manifiesta con respecto al impacto y pertinencia de la práctica emprendedora (Vásquez, 2017).
A20. Asumir riesgos	Capacidad para superar el miedo y el fracaso (Rocha y Giraldo, 2015)

Fuente: elaboración propia.

En este contexto, dentro del trabajo de investigación se plantearon las siguientes hipótesis:

H1. Los atributos personales son diferentes entre estudiantes hombres y estudiantes mujeres de la muestra universitaria.

H2. Los atributos personales con diferencias significativas entre estudiantes hombres y estudiantes mujeres de la muestra universitaria, el género, la experiencia laboral y pertenecer a redes de apoyo se relacionan con la intención emprendedora.

2 METODOLOGÍA

2.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objeto de estudio son los estudiantes de una universidad pública del Ecuador, la Universidad de Cuenca, con 16.000 estudiantes. La muestra corresponde a 1.100 estudiantes con un nivel de confianza del 95% y un error sería $\pm 2,9\%$ pertenecientes a 52 carreras de la Universidad.

Se utilizó una lista de 20 atributos personales utilizando las preguntas de medición del cuestionario de la autopercepción de los estudiantes de Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010). Se seleccionó a la Universidad de Cuenca en la ciudad de Cuenca-Ecuador por tener el mayor número de matriculados y es la única universidad pública de la ciudad.

Los estudiantes utilizaron la escala Likert y aplicaron la puntuación de (1) para los atributos que no se sentían identificados y una puntuación de (4) a los atributos que realmente importan para los emprendedores. Además, se utilizó las variables de intención emprendedora con una escala Likert del 1 al 10.

Dado que no se cumplió la normalidad y la homocedasticidad, se aplicó la prueba U de Mann-Whitney para dos muestras no relacionadas para determinar si existe diferencia en el género de los atributos personales. También se aplicó una regresión logística con la variable dependiente de la intención emprendedora, a través de una variable *dummy* con un valor de 0 si alguien tiene poca o media intención emprendedora y un valor de 1 si el estudiante de la muestra tiene una alta intención emprendedora. No se estimó un modelo distinto para las mujeres y para los hombres, con el objetivo de analizar si el género influye en la intención emprendedora.

De igual manera, se incluyen en el modelo de regresión logística las variables del entorno como (1) el género, (2) la experiencia laboral y (3) redes de apoyo: asociaciones, grupos colectivos, etc.

3 RESULTADOS

3.1 PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS ESTUDIANTES

De los 1.100 estudiantes de la muestra, el 55,2% son mujeres y el 44,8% hombres. La mayoría de la muestra, el 78,3%, se encuentran entre 20 y 25 años.

Los estudiantes hombres de la muestra poseen más experiencia laboral, 29,4% frente a 21,1% de las estudiantes mujeres, mientras que estas últimas son más activas en redes de apoyo como asociaciones, grupos colectivos entre otros que los hombres, respectivamente 35,3% frente a 31,8% (Tabla 2).

Tabla 2

Estadísticos descriptivos

Variables		Mujeres	Hombres
Género		55,2%	44,8%
Edad	<20 años	17,3%	18,9%
	20-22 años	56,2%	50,7%
	23-25 años	22,1%	22,75
	>25 años	4,4%	7,75%
Experiencia laboral	No	78,9%	70,6%
	Sí	21,1%	29,4%
Redes de apoyo: grupos, colectivos	No	64,7%	68,2%
	Sí	35,3%	31,8%

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 3 se detalla los alumnos matriculados de acuerdo con la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) propuesta por la UNESCO. La organización interna de la Universidad de Cuenca (2023), caso de estudio, divide al conocimiento en cuatro áreas: el 19% de los estudiantes participantes se encuentran matriculados en las áreas del conocimiento de Ciencias Sociales, el 12% en Artes, Humanidades y Educación el 12%, el 42% en el área de Ciencias Exactas e Ingeniería y el 27% en las Ciencias de la Salud y Bienestar. Las mujeres tienen una mayor representación en el área de ciencias sociales y los hombres en el resto de las áreas del conocimiento.

Tabla 3*Áreas del conocimiento*

Clasificación UNESCO	Número	%	Hombres	Mujeres
Ciencias Sociales, Periodismo	179	16%	35%	65%
Ingeniería, Industria y Construcción	186	17%	59%	41%
Salud y Bienestar	292	27%	36%	64%
Servicios	71	6%	49%	51%
Artes y Humanidades	68	6%	57%	43%
Educación	71	6%	45%	55%
Agricultura y Veterinaria	37	3%	54%	46%
Ciencias Físicas, Ciencias Naturales, Matemáticas y Estadísticas	34	3%	17	17
Administración, Negocios y Legislación	145	13%	36%	64%
Información y Comunicación	17	3%	76%	24%

Nota: # (número) y % (porcentaje) de estudiantes por área de conocimiento; % de hombres y % de mujeres

Fuente: elaboración propia.

La Tabla 4 manifiesta que los estudiantes hombres tienen una intención emprendedora mayor a las estudiantes mujeres (83% vs 79,7%).

Tabla 4*Intención emprendedora por género*

Intención emprendedora	Hombres	Mujeres
Sí	83%	79.7%
No	17%	20,3%

Fuente: elaboración propia.

La Tabla 5 muestra la prueba U de Mann -Whitney que evidencia que existen diferencias significativas en la percepción de los estudiantes hombres y mujeres de la muestra universitaria en los siguientes atributos personales: autoconfianza, autodisciplina, autonomía, optimismo, entusiasmo, tolerancia, e imaginación. De los atributos que resultaron significantes, las estudiantes mujeres de la muestra obtuvieron puntuaciones más altas en los atributos de autoconfianza, optimismo e imaginación. Por otro lado, los estudiantes hombres obtienen puntuaciones más altas en autodisciplina, autonomía, entusiasmo.

Tabla 5.*Prueba U Mann-Whitney U de atributos personales*

	Atributos Personales	Media		Z	P valor
		Hombres	Mujeres		
A1.	Adaptabilidad a cambios	3.10	3.17	-1.851	.064
A2.	Autoconfianza en capacidades personales y profesionales	3.14	3.33	-4.809	.000*
A3.	Autodisciplina en el trabajo	3.25	3.10	-3.318	.001*
A4.	Importancia de la autonomía en el trabajo	3.39	3.27	-2.779	.005*
A5.	Prever y anticipar a los hechos	3.00	3.06	-1.335	.182
A6.	Facilidad para comunicación con otras Personas	2.89	2.92	-.560	.575
A7.	Creatividad para resolver problemas	2.97	3.04	-1.543	.123
A8.	Curiosidad por conocer temas nuevos	3.31	3.33	-.315	.753
A9.	Dedicación de tiempo necesario hacer bien un trabajo o sacar adelante un proyecto	2.99	2.99	-.101	.919
A10.	Optimismo para enfrentarse a dificultades	2.84	2.94	-2.142	.032*
A11.	Emocionalmente estable	2.99	3.03	-.881	.378
A12.	Persona perseverante	3.31	3.24	-1.422	.155
A13.	Entusiasta para empezar proyectos	3.26	3.13	-2.469	.014*
A14.	Tolerancia a los fracasos	2.89	2.98	-2.082	.037*
A15.	Iniciativa a situaciones complejas	2.88	2.89	-.044	.965
A16.	Imaginar evaluación de proyectos iniciados	3.17	3.28	-2.486	.013*
A17.	Gusto por la independencia	3.51	3.49	-.652	.514
A18.	Estímulo ante nuevos retos	3.24	3.29	-1.257	.209
A19.	Responsabilidad por decisiones tomadas	3.44	3.42	-.378	.705
A20.	Predisposición a asumir riesgos moderados	3.02	3.01	-.364	.716

Nota: *p<0.1 **p<0.05; ***p<0.01

Fuente: Elaboración propia con base al listado de atributos personales de Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010)

La Tabla 6 manifiesta que el género no influencia a la intención emprendedora, y de los atributos personales que fueron significantes en la Tabla 5, se observa una significancia estadística positiva de las características personales: autoconfianza, autodisciplina, autonomía, entusiasmo e imaginación. Es importante destacar que también los factores del entorno como las redes de apoyo influyen en la intención de emprender; no obstante, la experiencia previa no tiene influencia.

Tabla 6*Regresión Logística binaria*

Intención emprendedora	B	Error Estándar	Wald	Gl	P valor	Exp (B)
VE. 1 Género	-.250	.175	2.027	1	.155	.779
VE. 2 Exp. Previa	.182	.218	.695	1	.405	1.199
V.E 3 Redes de apoyo	.444	.190	5.469	1	.019**	1.558
A2. Autoconfianza	.382	.130	8.653	1	0.03**	1.465
A3. Autodisciplina	.334	.115	8.493	1	.004**	1.397
A4. Autonomía	-.302	.127	5.686	1	.017**	.740
A10. Optimismo	.138	.119	1.350	1	.245	1.148
A13. Entusiasta	.693	.122	32.202	1	.000***	1.999
A14. Tolerancia	-.016	.115	0.019	1	.891	.984
A16. Imaginación	.270	.112	5.843	1	.016**	1.316
Logaritmo de Verosimilitud	934.417					
R Cuadrado de Cox y Snell	.111					
R Cuadrado de Nagelkerke	.179					
P valor	.000					

Nota: *p<0.1 **p<0.05; ***p<0.01

Fuente: elaboración propia.

4 DISCUSIÓN

Los resultados señalan que la intención emprendedora es mayor en los hombres que en las mujeres en la muestra universitaria analizada, resultados que concuerdan con los hallazgos de Sánchez Cañizares et al., 2013 y contradicen a los presentados por Alvarado Carrillo et al., 2022.

Por otro lado, de los 20 atributos personales señalados por Fuentes García & Sánchez Cañizares (2010) que motivan la creación de empresas, los siete atributos que evidenciaron diferencias significativas de género se analizaron con la intención de emprender, y los resultados manifiestan que cinco atributos tienen influencia con la intención empresarial. Así, la autoconfianza ejerce influencia en la muestra universitaria en su intención de emprender, hallazgos similares a los estudios de Raposo et al. (2008); Sastre (2013), Ventura Fernández y Quero Gervilla (2013); Gómez Araujo et al. (2015); Maczulskij y Viinikainen (2023). Así también la autonomía está asociada a la idea de emprender, criterio coincidente con Al-Mamary y Alshallaqi (2022). Por otro lado, la autodisciplina, el entusiasmo y la imaginación son atributos que influyen la idea de crear de una empresa, lo que sugiere la capacidad del estudiante para provocar nuevas ideas y tener la capacidad de perseverar y ser persistente en las mismas, hallazgos similares a Li et al. (2022); Rizal et al. (2022); Boubker (2024).

De igual forma, los resultados evidencian que el género no influye en la intención de crear una empresa (Mustafa, et al., 2016; Tarapuez, et al., 2018), lo que revela que la intención empresarial es independiente al género de los estudiantes universitarios. Las redes apoyo

influyen la intencionalidad de emprender (Vásquez, 2017; Sarmiento et al., 2022; Garavito Hernández et al., 2023). Con referencia a la experiencia previa laboral, esta variable no influye en la intención de emprender, resultado similar a Sharma, 2020.

5 CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivo encontrar diferencias significativas en los atributos personales hacia la creación de empresas que poseen los estudiantes hombres y las estudiantes mujeres de una muestra de la Universidad de Cuenca, Ecuador y analizar su influencia en la intención de emprender, así también establecer si las variables del entorno como el género, la experiencia laboral y el pertenecer a redes de apoyo influyen en su intención emprendedora.

Los atributos personales como la autoconfianza, la autodisciplina, la autonomía, el entusiasmo, y la imaginación evidencian diferencias significativas entre estudiantes hombres y mujeres, y de estos factores se evidencia que la autoconfianza tiene el promedio más alto en las mujeres y la autonomía en los hombres. Aunque, estos factores personales influyen en la intención emprendedora, el género no influye en la intención empresarial.

Las redes de apoyo constituyen un estímulo empresarial, lo que sugiere que las instituciones de educación superior motiven la creación y el fortalecimiento de grupos de líderes, cultura, deporte, asociaciones de estudiantes, entre otros, que motive la intención de crear un emprendimiento. Las estudiantes mujeres presentan mayores redes de apoyo por lo que se debería fortalecer las relaciones institucionales, sociales y personales para motivar la intención emprendedora en las estudiantes mujeres.

Esta investigación, aporta un soporte empírico a la intención emprendedora en el entorno universitario. En el caso concreto de este estudio, se resaltan diferencias de factores personales entre estudiantes hombres y estudiantes mujeres que se pueden fortalecer con la inserción de asignaturas en el currículo que incentiven las habilidades blandas en el aula. Por otra parte, la formación en emprendimiento debe ser transversal en el entorno universitario debido a que resultó relevante que el género no influye en la intención de crear una empresa, por lo que el resultado empresarial es independiente del género.

Una limitación del estudio corresponde a que los estudiantes pertenecen al ámbito de educación pública, y el estudio en el ámbito privado puede repercutir con mayores resultados empresariales en los estudiantes a partir del análisis de sus características personales. Así,

investigaciones futuras deberían enmarcarse en estudiar de manera comparativa los atributos personales que influyen la intención de emprender en una universidad privada y en una universidad pública para conocer si un estudiante de distinto ámbito educativo tiene un comportamiento emprendedor diferente.

REFERENCIAS

- Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100239. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100239>
- Astudillo, S., Astudillo, V., Serrano, A., & Andrade, R. (2021). Intención Emprendedora en los Estudiantes de una Universidad Pública y una Universidad Privada en el Ecuador. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 15(2), 90-103. <https://doi.org/10.3232/gcg.2021.v15.n2.04>
- Alvarado Carrillo, A., Valdivia Velasco, M., De la Torre Gutiérrez, H., & Araiza Lozano, M. Á. (2022). Estudio de género sobre la intención emprendedora en la universidad tecnológica El Retoño, México. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(3), 749-769. <https://doi.org/10.36390/telos243.18>
- Álvarez, S. (2015). La autonomía personal y la autonomía relacional. *Análisis Filosófico*, 35, 13-26. <https://doi.org/10.36446/af.2015.44>
- Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. Impulsores claves de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2), 63-81. <https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>
- Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340.
- Bolton, D., & Thompson, J. (2004). *The Entrepreneur in Focus: Achieve Your Potential*. Cengage Learning EMEA.
- Bouarir, H., Diani, A., Boubker, O., & Rhazouz, J. (2023). Key determinants of women's entrepreneurial intention and behavior: The role of business opportunity recognition and need for achievement. *Administrative Sciences*, 13(2), 33. <https://doi.org/10.3390/admsci13020033>
- Boubker, O. (2024). Does religion raise entrepreneurial intention and behavior of Muslim university students? An extension of Ajzen's theory of planned behavior (TPB). *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101030. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101030>

- Brush, C., Ali, A., Kelley, D., & Greene, P. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more?. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 105-113. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.001>
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (2014). Dispositional optimism. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(6), 293–299.
- Céspedes Gallegos, S. Ceja Romay, S., Vásquez González, L. Pacheco López E., & de León Cortés G., (2020). Análisis del modelo de competencias emprendedoras de Palacios en estudiantes de una IES. *Innovación y Desarrollo Tecnológico*, 1-17. <https://doi.org/10.29105/vtga6.1-625>
- Céspedes Gil, A. A., Figueroa Espinel, J. F., Paz Ortega, W. A., Rodríguez Zambrano, H., & Guamán Ibarra, L. E. (2021). Intención emprendedora de estudiantes de administración de las universidades Cesar Vallejo en Trujillo (Perú), Santo Tomás y El Bosque (Colombia) y Autónoma de Chihuahua (México). *Conocimiento global*, 6(2), 328-352. <https://doi.org/10.15332/dt.inv.2021.02430>
- da Costa, C. D., Miragaia, D. A., & Veiga, P. M. (2023). Entrepreneurial intention of sports students in the higher education context-Can gender make a difference?. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 32(2023), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100433>
- Datta, A., Bazan, C., & Arnold, K. A. (2022). Effect of gender role identity on the entrepreneurial intention of university students. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 618-644. <https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1981729>
- Díaz-Casero, J. C., Hernández-Mogollón, R., & Barata-Raposo, M. L. (2007). Estudiantes universitarios y creación de empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal. En: Ayala Calvo, J. (coord.) *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*, Universidad de La Rioja, 1338-1355.
- Duckworth, A., & Gross, J. (2014). Self-control and grit: Related but separable determinants of success. *Current Directions in Psychological Science*, 23, 319–325.
- Estrada, D., Vera, P., Taboada, M., & Juárez, R. (2020). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 2(3), 72-82.
- Feliz, J. (2017). Capital social, redes sociales y actitud emprendedora en estudiantes universitarios de República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 42(1), 45-60. <https://doi.org/10.38186/difcie.23.06>
- Fuentes García, F. J., & Sánchez Cañizares, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Studies of Applied Economics*, 28(3), 697. <https://doi.org/10.25115/eea.v28i3.4752>
- Gallegos, A., Valencia-Arias, A., Aliaga Bravo, V. D. C., Teodori de la Puente, R., Valencia, J., Uribe-Bedoya, H., & Rodríguez-Correa, P. (2024). Factors that determine the entrepreneurial intention of university students: a gender perspective in the context of an

- emerging economy. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2301812>
- Garavito Hernández, Y., Calderón Campos, J. A., & Ramírez Torres, W. E. (2021). Emprendimiento en mujeres y jóvenes: una revisión de la literatura. *Lúmina*, 22(2), 1-25. <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.3869.2021>
- Garavito Hernández, Y., García Méndez, S., Ramírez Torres, W. E., & Avellaneda Rueda, C. (2023). Influencia de las características personales y factores del entorno en la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 89-107. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2201>
- Garavito-Hernández, Y., García-Méndez, S., & Calderón-Campos, J. A. (2020). La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres universitarias. *I+D Revista de Investigaciones*, 16(1), 238-253. <https://doi.org/10.33304/revinv.v16n1-2021019>
- García-Cabrera, A. M., Déniz-Déniz, M. C., & Cuéllar-Molina, D. G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cao28-51.ieep>
- Gelaidan, H.M. y Abdullateef, A.O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 54-67.
- Gielnik, M. M., Zacher, H., & Frese, M. (2012). Focus on opportunities as a mediator of the relationship between business owners' age and venture growth. *Journal of Business Venturing*, 27(3), 127-142. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.05.002>
- Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y., & Gómez Núñez, L. M. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar*, 25(57), 157-174. <https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50358>
- Jordán Aguirre, J., Serrano Orellana, S., Pacheco Molina, A., & Brito Gaona, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (81), 238-261.
- Kashdan, T. B., DeWall, C. N., Pond, R. S., Silvia, P. J., Lambert, N. M., Fincham, F. D., Savostyanova, A. A. & Keller, P. S. (2013). Curiosity Protects Against Interpersonal Aggression: Cross-Sectional, Daily Process, and Behavioral Evidence. *Journal of Personality*, 81(1), 87-102. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2012.00783.x>
- Karakuş Uysal, Ş., Karadağ, H., Tuncer, B., & Şahin, F. (2022). Locus of control, need for achievement, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100560. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100560>
- Laguía, A., Moriano, J. A., y Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking skills and creativity*, 31, 44-57. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.11.004>

- Laouiti, R., Haddoud, M. Y., Nakara, W. A., & Onjewu, A. K. E. (2022). A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 142, 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.018>
- Lechuga Nevárez, M. D., Vázquez Rueda, L., Ovalles Toledo, L. V., & Meriño Córdoba, V. H. (2022). Emprendimiento Universitario desde una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(100), 1685-1701. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.24>
- Li, L-N, Huang, J-H & Gao, S-Y. (2022) The Relationship Between Personality Traits and Entrepreneurial Intention Among College Students: The Mediating Role of Creativity. *Front. Psychol.* 13:822206. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.822206>
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Lindblom, A., Lindblom, T., & Wechtler, H. (2020). Dispositional optimism, entrepreneurial success and exit intentions: The mediating effects of life satisfaction. *Journal of Business Research*, 120, 230-240. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.012>
- Maczulskij, T., & Viinikainen, J. (2023). *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00382.
- Martin, A., Nejad, H., Colmar, S., & Liem, G. (2013). Adaptability: How students' responses to uncertainty and novelty predict their academic and non-academic outcomes. *Journal of Educational Psychology*, 105(3), 728–746. <https://doi.org/10.1037/a0032794>
- Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., Apodaca, L., Zamora-Bosa, S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2282793. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2282793>
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving society*. Irvington Publishers.
- Mustafa, M.J., Hernandez, E., Mahon, C., & Chee, L.K. (2016). Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy: The influence of university support and proactive personality on students' entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 162-179. <https://doi.org/10.1108/jeee-10-2015-0058>
- Pelegrini, G. C., & Moraes, G. H. S. M. D. (2022). Does gender matter? A university ecosystem, self-efficacy and entrepreneurial intention analysis in Brazilian universities. *Gender in Management: An International Journal*, 37(2), 271-286. <https://doi.org/10.1108/gm-01-2021-0007>
- Pérez, L., Parada, D., & Pérez, J. (2019). Emprendimiento y resiliencia: Mitos y realidades referente: Entidad no gubernamental en el área del emprendimiento. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 3(9), 49-65. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i9.53>

- Raposo, M.; Do Paço, A & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (2), 405-420. <https://doi.org/10.1108/14626000810871763>
- Rizal, Y., Sudira, P., & Mutohhari, F. (2022). Digital Entrepreneurship of Vocational Educations: Enthusiasm Level and Entrepreneurial Personality of Students. *Journal of Education Technology*, 6(4), 578-585. <https://doi.org/10.23887/jet.v6i4.46297>
- Rocha, W., & Giraldo, G. (2015). Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar. *Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas*, 6(2), 24-37.
- Sánchez Cañizares, S. M., & Fuentes García, F. J. F. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(1), 140-153. <https://doi.org/10.31876/rsc.v19i1.25612>
- Sánchez-Martínez, D., Aguirre-Llanes, C. E., & Galván-Gaytán, A. J. (2023). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Un modelo a partir de la Teoría del Comportamiento Planificado. *Vinculatégica EFAN*, 9(1), 17–33. <https://doi.org/10.29105/vtga9.1-369>
- Sastre, R. F. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias administrativas*, (1), 1-10.
- Sarmiento Suárez, J. E., Reyes Rodríguez, J. F., & Ramírez Montañez, J. C. (2022). Intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana: exploración de un modelo basado en la teoría del comportamiento planeado. *Revista CEA*, 8(17), 1-33. <https://doi.org/10.22430/24223182.2018>
- Sharma, L. (2020). Exploring entrepreneurship among STEM women with mid-career break. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1716133>
- Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 28 (67), 123- 135. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>
- Universidad de Cuenca. (2023). Reglamento para la organización de las áreas de conocimiento de la Universidad de Cuenca. Recuperado de: <https://apibuscador.ucuenca.edu.ec/api/documentos/download/62a0dff7-66dc-4db9-a1b1-572b9ff115cb>
- Vásquez, C. (2017). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Estudios de la Gestión: Revista internacional de administración*, (2), 121-147. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Veciana, J. M., & Urbano, D. (2004). *Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico*. En: Roig Dobón, S.; Ribeiro Soriano, D.; Torcal, V. R.; Torre, Amparo de la & Cerver, E., (Eds.). *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I*, Universitat de València, Valencia, 35-58.

- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127-149. <https://doi.org/10.5295/cdg.100271rv>
- Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétaro. *Economía Coyuntural*, 5(4), 161-203. <https://doi.org/10.31876/rce.v30i1.41660>

© 2024. This work is published under
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>(the “License”).
Notwithstanding the ProQuest Terms and Conditions, you may use this
content in accordance with the terms of the License.